

จรรยาบรรณ

สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย

เพื่อธำรงไว้ซึ่งเกียรติคุณของนักข่าวให้มีพื้นฐานเป็นไปโดยเหมาะสมแก่วิชาชีพและเพื่อให้ นักข่าวตระหนักถึงภาระหน้าที่ของตนที่จะต้องรับผิดชอบต่อประชาชน จึงเห็นสมควรกำหนดจรรยาบรรณไว้เป็นหลักปฏิบัติของสมาชิกสมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย ดังต่อไปนี้

1. จักต้องส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งเสรีภาพของการเสนอข่าวและความคิดเห็น
2. จักต้องให้ประชาชนได้ทราบข่าวเฉพาะที่เป็นจริง การเสนอข่าวสารใด ๆ ออกพิมพ์โฆษณาเผยแพร่ ถ้าปรากฏว่าไม่ตรงต่อความเป็นจริง ต้องรีบจัดการแก้ไขให้ถูกต้องโดยไว
3. ในการจะให้ได้ว่า ภาพ หรือเอกสารอย่างใด มาเป็นของตนเพื่อประโยชน์ต่อการเสนอข่าว จำต้องใช้วิธีการที่สุภาพและซื่อสัตย์เท่านั้น
4. จักต้องเคารพในความไว้วางใจของผู้ให้ข่าว และ รักษาไว้ซึ่งความลับของแหล่งข่าว
5. จักต้องปฏิบัติหน้าที่ของตน โดยมุ่งหวังต่อสาธารณประโยชน์ ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัว หรือหมุ่คณะใดๆ โดยไม่ชอบธรรม
6. จักต้องไม่กระทำการอันเป็นการบั่นทอนเกียรติ หรือความสามัคคีของเพื่อนร่วมวิชาชีพ

จรรยาบรรณ
สมาคมนักข่าวแห่งประเทศไทย
(แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2507)

โดยที่งานและอาชีพหนังสือพิมพ์ได้เจริญก้าวหน้ามาเป็นลำดับ สมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย จึงเห็นสมควรวางจรรยาบรรณของสมาชิกที่เป็นนักหนังสือพิมพ์ประจำอยู่ในกองบรรณาธิการขึ้นไว้ เพื่อส่งเสริมและรักษาเกียรติคุณชื่อเสียงและฐานะของสมาชิกรับต่อไปนี้

1. รายงานด้วยความซื่อตรงและสุภาพ ไม่ละเว้นการเสนอข้อเท็จจริงอันเป็นสาระประโยชน์และบิดเบือนข้อเท็จจริงด้วยประการใด ๆ
2. เคารพความไว้วางใจใด ๆ ที่ได้รับจากการติดต่อในหน้าที่
3. ส่งเสริมภราดรภาพอันบังเกิดจากความป็นสมาชิกของสมาคมและละเว้นการถือเอาประโยชน์ของเพื่อนสมาชิกเป็นของตนโดยไม่ชอบธรรม
4. ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวในการปฏิบัติหน้าที่ และไม่รับสินจ้างรางวัลหรือผลประโยชน์ใดๆ อันเป็นเครื่องจูงใจให้ไม่เคารพหน้าที่และอาชีพ
5. ปฏิบัติการให้ได้มาซึ่งข่าว ภาพ และเอกสารต่างๆ ด้วยวิธีการอันชอบธรรม
6. แสดงตนว่าเป็นผู้แทนหนังสือพิมพ์ก่อนจะสัมภาษณ์บุคคลหนึ่งด้วยความมุ่งหมายจะนำเรื่องนั้นๆ มาพิมพ์โฆษณา
7. รักษาและส่งเสริมเกียรติคุณและชื่อเสียงแห่งความเป็นนักหนังสือพิมพ์ไว้เป็นอย่างดี

จรรยาบรรณ

คณะกรรมการประชาสัมพันธ์โรงเรียน

1. จักต้องมีจิตใจสูงและปฏิบัติตามจรรยาบรรณของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์โรงเรียนอย่างเคร่งครัด ไม่ใช่ตำแหน่งหน้าที่แสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวหรือหมู่คณะใดๆ โดยไม่ชอบธรรม

2. จักต้องรายงานให้ประชาชนได้ทราบข่าวของโรงเรียน เฉพาะที่เป็นจริง มีสาระความรู้หรือการศึกษา ด้วยความซื่อตรงและสุภาพ มีการวางแผนอย่างสุขุมรอบคอบ

3. มุ่งมั่นที่จะทำให้บุคลากรภายในโรงเรียน รักใคร่กลมเกลียว มีความเป็นเอกภาพ (unity) มีความรู้สึกว่าเป็นของทุกคน ซึ่งจะต้องช่วยกันสร้างสรรค์และธำรงไว้ซึ่งเกียรติยศ ของโรงเรียน

4. มุ่งมั่นที่จะทำให้ชุมชนและประชาชน มีภาพพจน์ (image) ที่ดีต่อโรงเรียน สร้างสรรค์และธำรงไว้ซึ่งความเข้าใจอันดีระหว่าง สถาบันกับกลุ่มประชาชนจนมีความรู้สึกว่าเป็นโรงเรียนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งจะต้องช่วยกันดูแล ให้ความช่วยเหลือในโอกาสต่างๆ

5. จักต้องทำงานประชาสัมพันธ์โรงเรียนด้วยความสนุก ตื่นตัวหมั่นศึกษาอบรมฝึกฝนตนเอง ให้มีทักษะในการใช้ภาษาไทย และรอบรู้ทันต่อเหตุการณ์บ้านเมืองและเทคโนโลยีใน ยุคโลกาภิวัตน์

ผู้เขียนได้สร้างจรรยาบรรณของคณะกรรมการประชาสัมพันธ์โรงเรียนขึ้น จากปรัชญาและวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ โดยหวังว่าจะได้รับการปรับปรุง จนเป็นจรรยาบรรณที่ยอมรับกันโดยทั่วไปในอนาคต

รศ.อัปษรศรี พลอคเปลือว

1.4.5 บัญญัติ 10 ประการของการประชาสัมพันธ์

Doug Newsom (Newsom 1992, 4) ได้กล่าวถึงบัญญัติ 10 ประการของการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับหน้าที่และบทบาทของการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์จะต้องมีหลักการที่เป็นพื้นฐานดังต่อไปนี้

1.4.5.1 การประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงไม่ใช่เป็นการแก้ไขข้อผิดพลาดที่ต้องเผชิญในอนาคต สิ่งสำคัญคือเป็นการวางแผนงานนำข้อเท็จจริงมาสร้างจิตสำนึกให้แก่ สาธารณชน ซึ่งถือเป็นนโยบายพื้นฐานในการประชาสัมพันธ์ที่ดี (การประชาสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับ ข้อเท็จจริง มิใช่เรื่องนวนิยาย)

1.4.5.2 การประชาสัมพันธ์เป็นการบริการเบื้องต้นต่อสาธารณชนอย่างแท้จริงเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณาถึงประชาชนเป็นเรื่องแรก ใช้ทำให้รางวัลแก่บุคคลหนึ่งบุคคลใด (การประชาสัมพันธ์เป็นเรื่องการ ให้บริการแก่สาธารณะ มิใช่เรื่องส่วนตัว)

1.4.5.3 โดยเหตุที่นักประชาสัมพันธ์จะต้องออกไปสู่สาธารณชน เพื่อแสวงหาการสนับสนุนและความสนใจจากประชาชนต่อกิจกรรมและนโยบายตามแผนงานที่ได้เลือกสรรไว้แล้ว จึงต้องสร้างจุดรวมความสนใจของเขาเหล่านั้นไว้เป็นนโยบายหลัก (นักประชาสัมพันธ์จะต้องมีความกล้าหาญที่จะปฏิเสธโปรแกรมที่ล่อกลวงประชาชน)

1.4.5.4 เนื่องจากนักประชาสัมพันธ์ต้องเข้าถึงประชาชน โดยผ่านสื่อต่างๆ หลายชนิดจึงจำเป็นต้องรักษาไว้ซึ่งการผสมกลมกลืนกันของสื่อ เหล่านั้น (นักประชาสัมพันธ์ ไม่ควรจะโกหกต่อสื่อมวลชนด้วยการออกข่าวไม่ว่าจะเป็นการพูดออกมาตรงๆ หรือพูดเป็นนัย ๆ)

1.4.5.5 เนื่องจากนักประชาสัมพันธ์เป็นตัวกลาง ระหว่างองค์กรกับประชาชนจึงต้องเป็นตัวนำข้อมูลสื่อสารจากองค์กรสู่ประชาชนเพื่อสร้างความเข้าใจ และสะท้อนข้อมูลสื่อสารกลับจากประชาชน สู่องค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ (นักประชาสัมพันธ์อาจทำหน้าที่เป็นเสมือนกระบอกเสียง)

1.4.5.6 เพื่อที่จะเป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทางที่มีความรับผิดชอบสูง นักประชาสัมพันธ์จะต้องใช้การวิจัยด้านประชาสัมพันธ์เชิงวิทยาศาสตร์อย่างกว้างขวาง

(งานประชาสัมพันธ์จะต้องไม่เป็นงานที่ใช้การคาดคะเน หรือการเดาสุ่มเป็นอันขาด)

1.4.5.7 เพื่อที่จะให้เข้าใจว่า สาธารณชนกำลังกล่าวถึงอะไรอยู่ และเพื่อที่จะให้เข้าถึงสาธารณชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นักประชาสัมพันธ์จะต้องใช้จิตวิทยาศาสตร์ สังคมวิทยา จิตวิทยา สังคมและประชาสัมพันธ์ การศึกษาด้านการติดต่อสื่อสารอย่างละเอียด ตลอดจนการใช้หลักภาษาศาสตร์

(การใช้ความหยั่งรู้ด้วยตนเองแต่อย่างเดียวน่าเพียงพอไม่)

1.4.5.8 เนื่องจากคนจำนวนมากทำการวิจัยด้านการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ จะต้องปรับปรุงงานของผู้อื่น วินัยที่เกี่ยวข้อง ทฤษฎีการเรียนรู้ ทฤษฎีจิตวิทยา รวมทั้งสังคมวิทยา รัฐศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และประวัติศาสตร์ด้วย (ในวิชาการส่วนที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์นั้น จำต้องอาศัยศาสตร์หลาย ๆ แขนงด้วยกัน)

1.4.5.9 นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องอธิบายปัญหาต่อประชาชนได้ ก่อนที่ปัญหาเหล่านั้นจะกลับกลายเป็นวิกฤตการณ์ขึ้นมา

(นักประชาสัมพันธ์จะต้องนับไว้ต่อการรับข่าวสารและแถลงข่าวได้ทันท่วงทีก่อนที่ประชาชนจะตื่นตระหนก)

1.4.5.10 นักประชาสัมพันธ์ควรจะได้รับ การประเมินด้วยมาตรฐานเพียงมาตรฐานเดียว นั่นคือผลการปฏิบัติงานเชิงจริยธรรม

(นักประชาสัมพันธ์ที่ดี จะดีด้วยตนเอง)

1.4.6 คำศัพท์เฉพาะสาขาของการประชาสัมพันธ์

คำศัพท์เฉพาะสาขา (technical term) ของการประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย คือกลุ่มประชาชน (public) ที่สถาบันต่างๆ ต้องการเผยแพร่ข่าวสารสถาบันไปสู่ประชาชนกลุ่มต่างๆ เช่น โรงเรียนต้องการเผยแพร่ข่าวสาร

ของโรงเรียนส่วนบุคคลภายในโรงเรียน กลุ่มเป้าหมาย คือ ครู อาจารย์ เจ้าหน้าที่ธุรการ นัก
การภารโรง และนักเรียน

2. การจัดให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน (press interview) หมายถึงการ
จัดให้มีการสัมภาษณ์แก่นักข่าวหรือสื่อมวลชน ซึ่งเป็นวิธีการอย่างหนึ่งในการเผยแพร่ ข่าวด
สารของสถาบันไปสู่ประชาชน โดยอาศัยสื่อมวลชนเป็นสื่อช่วยแพร่กระจายข่าว โดยทั่วไป
การให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชนจัดขึ้นเมื่อนักข่าวหรือสื่อมวลชนขอสัมภาษณ์ ซึ่งอาจเป็นนัก
ข่าวคนเดียวหรือหลายคนก็ได้มาติดต่อสัมภาษณ์เพื่อสอบถามรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องใด
เรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น เรื่องปัญหาในด้านการขึ้นราคาค่าหน่วยกิตฯลฯ สื่อมวลชนอาจขอ
สัมภาษณ์อธิการบดีมหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อนำไปชี้แจงให้ประชาชนทราบ ในการนี้
อาจจะมีการเตรียมหัวข้อคำถามจากนักข่าวและทำข่าวแจกไว้ล่วงหน้า โดยการตกลงนัดแนะ
กันให้เรียบร้อยก่อนเพื่อประโยชน์ในความสะดวกและรวดเร็ว

3. การโฆษณาชวนเชื่อ(propaganda)คือการใช้กลวิธีต่างๆ ชักนำคน
โดยมีเจตนาให้หลงเชื่อ หรือเกิดความนิยมตามแนวโน้มของตน เช่น การโฆษณาชวนเชื่อ
ของลัทธิคอมมิวนิสต์ ศาสนาต่าง ๆ

4. การ ประชาสัมพันธ์โดยวิธีการสื่อสารแบบสองทางหรือยุควิถี
(two-way communication) คือ การที่สถาบันทำการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่ม
ประชาชน ขณะเดียวกันก็คอยประเมินผลจากการสังเกตถึงปฏิกิริยาตอบสนอง (feed-back)
หรือทำที่ตอบกลับที่ประชาชนมีต่อหน่วยงาน เช่น การรับฟังความคิดเห็นจากประชาชน
หลังจากได้ทำการสื่อสารประชาสัมพันธ์ไปแล้ว ด้วยวิธีการดังกล่าวฝ่ายบริหารอาจค้นพบถึง
ความบกพร่องล้มเหลวในการติดต่อสื่อสาร

5. การประชุมแถลงข่าว (news conference) หมายถึง การให้ข่าว
ต่างๆ ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งแก่ผู้สนใจหรือเกี่ยวข้องหรือบรรดาสื่อมวลชน เพื่อนำไปเผยแพร่
สู่สาธารณชน เช่น การแถลงข่าวการประชุมคณะรัฐมนตรี ซึ่งการแถลงข่าวนี้อาจมีการให้
ซักถามเพิ่มเติมหรือสัมภาษณ์ประกอบด้วย การแถลงข่าวยังอาจแสดงถึงวิธีการที่เป็น
เครื่องมืออย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์ เช่น มหาวิทยาลัยรามคำแหง จัดให้มีการประชุม

พบปะกับสื่อมวลชน ซึ่งมีข่าวเกี่ยวกับผลการดำเนินงานด้านต่างๆ การเปลี่ยนตัวผู้บริหาร อาจมีการให้สัมภาษณ์และตอบข้อซักถามแก่บรรดานักข่าวและสื่อมวลชน

6. การเผยแพร่ (publicity) หมายถึง การกระจายข่าวสารต่างๆ ของสถาบันไปสู่กลุ่มประชาชน การเผยแพร่เป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งของการประชาสัมพันธ์

7. การสารนิเทศ (information) คือการให้บริการข่าวสารหรือข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์แก่ประชาชน เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่ประชาชนที่มาเกี่ยวข้อง สถาบันใหญ่ๆ อาจจัดตั้งเป็นศูนย์บริการข่าวสาร (Information Service Center) หรือศูนย์สารนิเทศ (Information Center)

8. การให้การศึกษา (education) คือ การให้ความรู้โดยไม่มีเจตนาที่จะโน้มน้าวชักจูงใจให้ต้องเชื่อ เนื้อหาของการสอนในสังคมประชาธิปไตยนั้น ผู้เรียนอาจจะโต้แย้งและไม่เห็นด้วย ถ้าหากมีความเห็นดีกว่า

9. ข่าวแจก (press release หรือ news release) หมายถึงข่าวสารซึ่งสถาบันจัดทำขึ้นเพื่อเตรียมแจกจ่ายสู่สื่อมวลชน โดยจัดพิมพ์ในรูปแบบลักษณะของเอกสารข่าวแจกและส่งให้แก่สื่อมวลชนเพื่อเป็นหลักฐานของเนื้อหาข่าวที่นำไปเผยแพร่สู่สาธารณชน

10. ข่าวตัด คือ ข่าวที่ตัดจากหนังสือพิมพ์ จะต้องมีสาระดังนี้

ชื่อหนังสือพิมพ์

หน้า

วัน เดือน ปี

เนื้อเรื่อง

ชื่อผู้เขียน

ตัดแยกเป็นเรื่องๆ ใส่แฟ้ม โดยเฉพาะข่าวหน้าการศึกษา เพื่อรายงานให้ผู้บริหารโรงเรียนทราบ และยังใช้ประโยชน์ในการอ้างอิงได้

11. จรรยาบรรณ (professional ethics) คือประมวลความประพฤติที่ผู้ประกอบอาชีพการงานแต่ละอย่างกำหนดขึ้นเพื่อรักษาและส่งเสริมเกียรติคุณ ชื่อเสียง และฐานะของสมาชิกอาจเป็นลายลักษณ์อักษรหรือไม่ก็ได้ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2525, 215) จรรยาบรรณเปรียบเสมือนศีลที่ผู้ประกอบวิชาชีพทุกสาขาพึงมีและพึงยึดถือ

ปฏิบัติ จรรยาบรรณ ไม่ใช่ข้อบังคับ ไม่ใช่กฎหมาย แต่เป็นแนวทางหรือกรอบแห่งชีวิต ที่จะยกสถานะ ผู้ประกอบวิชาชีพนั้นๆ ให้สูงในทางเกียรติคุณ

12. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ (public information officer) หรือเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ (public relations officer) คือ เจ้าหน้าที่ที่มีหน้าที่ในการให้บริการข่าวสาร ข้อมูลแก่ประชาชนทั่วไป

13. ประชาคมติ (public opinion) คือกระแสความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่มีต่อสถาบันใช้มากและมีประโยชน์มากในด้านการประชาสัมพันธ์โรงเรียน เพราะก่อนที่โรงเรียนจะกระทำอะไรลงไป ควรได้มีการสำรวจประชามติความคิดเห็น และความเข้าใจของประชาชนต่อเรื่องที่เราทำ ตามธรรมชาติคนเราย่อมมีความรู้สึกนึกคิดต่อกิจการที่ตนพบเห็น โดยเฉพาะถ้ากิจการนั้นเกี่ยวข้องกับตน ดังนั้นงานประชาสัมพันธ์ที่จะเป็นประโยชน์ต่อสถาบัน จะต้องมีการประชามติเป็นแนวบรรทัดฐาน

14. พนักงานต้อนรับ (receptionist) หมายถึง ผู้ที่ท้องเคาน์เตอร์ สถาบัน จ้างมาคอยต้อนรับผู้ที่มาติดต่อ พนักงานต้อนรับ มักจะมีรูปร่างหน้าตาดี แต่งกายสวยงาม หรุษหยา คอยยิ้มแย้ม ทักทายต้อนรับ ค้อมศีรษะยกมือไหว้หรือคล้องพวงมาลัยให้กับแขก หรือบุคคลสำคัญที่มาเยี่ยมสถาบัน

15. ภาพลักษณ์ หรือจินตภาพ หรือภาพพจน์ (image) คือ ผลแห่งชื่อเสียงความเชื่อถือศรัทธาของประชาชนที่มีต่อตัวสถาบัน เมื่อใดที่มีการพูดถึงคำว่าประชาสัมพันธ์ ก็จะมีการพูดถึงคำว่า ภาพลักษณ์เข้าไปเกี่ยวข้องด้วยเสมอไม่มากก็น้อยเพราะการประชาสัมพันธ์เป็นงานที่ทำเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบันนั่นเอง

16. วิสัยทัศน์ (vision) เป็นสิ่งที่นักวิชาการ นักบริหาร นักการเมืองฯ มีความคิดคำนึงถึงปัญหาไม่ว่าจะเป็นเรื่องส่วนตัวและส่วนรวม มองไปข้างหน้าอย่างยาวไกล และต้องมองให้ลึกจนถึงก้นบึ้ง ถึงจะพบข้อเท็จจริง ถ้ามองไม่ลึกซึ้งก็จะแค่เปลือกนอกเท่านั้น ซึ่งจะเกิดกับผู้มีปฏิภาณไหวพริบ ต้องศึกษา ติดตาม สถานการณ์ต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ จนรอบรู้สถานการณ์มากขึ้น รู้จักพิจารณาวิเคราะห์แยกแยะ ทำให้เกิดไหวพริบ ปฏิภาณทำให้สามารถมองเห็นเหตุการณ์ได้ทุกจุด เกิดความมั่นใจ รู้จักตัดสินใจกับเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ ต้องฝึกฝน จนเกิดเป็นนิสัยช่างคิด ช่างถาม

วิสัยทัศน์สามารถสร้างให้เกิดขึ้นกับตัวเราได้ โดยใช้ 5W 1 H ดังนี้

Who - ใคร What- อะไร

When- เมื่อไหร่ Why- ทำไม เป็นตัวที่มีบทบาทมากที่สุด

Where - ที่ไหน How- อย่างไร เป็นตัวเบิกทาง

เมื่อเรามีวิสัยทัศน์ ทำให้เรามองเห็นโอกาส (opportunity) ซึ่งเป็นตัวทำให้ชีวิตเราประสบความสำเร็จในการทำอะไรต่ออะไรที่เราต้องการ

คนที่มีความวิสัยทัศน์ว่าโอกาสที่ยิ่งใหญ่ได้ เพราะเขาฝันถึงความฝันที่ยิ่งใหญ่ พยายามทำสิ่งที่ไม่เคยพยายามทำมาก่อน เขามุ่งเป็นผู้นำในแนวใหม่ มีความฝันที่สูงส่งและสร้างวิสัยทัศน์ที่ก้าวไกลเพื่อให้ฝูงชนติดตามเขา เช่น แดงขาว ก็จะเป็นผลประโยชน์ของผู้แดงเท่านั้น ซึ่งอาจจะมีข้อเท็จจริงไม่เหมือนกับที่แดงก็ได้ เช่น ไฟไหม้ ตำรวจแดงขาวว่าไฟช็อค ถ้ามองลึกๆ ลงไปอาจพบว่า เป็นการวางเพลิง จึงเห็นได้ว่านักประชาสัมพันธ์ จำเป็นจะต้องฝึกฝนตนเองให้เป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์

17. สถาบัน (institution) ความหมายตามศัพท์ว่า “สิ่งจัดตั้งขึ้น” อธิบาย ได้ว่า มนุษย์เป็นผู้ก่อตั้งระเบียบประเพณีต่างๆ ขึ้นมาจากผลแห่งการปฏิบัติในสังคม ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่ของสังคมยอมรับนับถือและปฏิบัติ

สถาบัน หมายถึงกระบวนการหรือการรวมกลุ่มที่ได้จัดตั้งขึ้นอย่างเป็นระเบียบ มีระบบ และมั่นคง

สถาบันในความหมายทั่ว ๆ ไป มีความหมาย 2 นัย คือ

1. สถาบันทางรูปธรรม ได้แก่ องค์กร หรือสมาคม
2. สถาบันทางนามธรรม ได้แก่ ระเบียบ หรือระบบที่ปฏิบัติกันอยู่ในสังคมหนึ่ง ๆ

สถาบันในความหมายทางสังคมวิทยา หมายถึง สถาบันทางนามธรรม คือ ระเบียบหรือแนวทางปฏิบัติที่ทำมาจนเคยชิน และเป็นที่ยอมรับกันในสังคมนั้น

ประเภทของสถาบันทางสังคม

นักสังคมวิทยาได้จำแนกประเภทของสถาบันทางสังคมไว้มากมายแต่ในที่นี้จะกล่าวแต่เฉพาะสถาบันที่สำคัญ ๆ ในชนบทเพียง 6 สถาบันคือ

1. สถาบันทางครอบครัว
2. สถาบันทางศาสนา
3. สถาบันทางการเมือง หรือทางการปกครอง
4. สถาบันทางการศึกษา
5. สถาบันทางเศรษฐกิจ
6. สถาบันทางนันทนาการ

18. หน่วยติดต่อ-สอบถาม (enquiry) เป็นส่วนหนึ่งของหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ประจำอยู่บริเวณหน้าหรือทางเข้าของสำนักงาน จะมีเจ้าหน้าที่คอยตอบข้อซักถามต่างๆ แก่ผู้ที่มาติดต่อมีบทบาทสำคัญในการสร้างความประทับใจหรือทัศนคติที่ดีต่อองค์การสถาบันให้เป็นทางบวกหรือลบได้ เจ้าหน้าที่จึงควรเป็นผู้ที่มีวาจาสุภาพ ไพเราะและมีความรู้ในเรื่องราวขององค์การ เป็นอย่างดี

19. อินเทอร์เน็ต (internet) คือเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเข้าด้วยกันกว่า 6 ล้านเครื่อง มีจำนวนผู้ใช้งานบนเครือข่ายกว่า 50 ล้านคนและมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างรวดเร็ว เครือข่ายที่มาเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ได้แก่สถาบันการศึกษา สถาบันทหาร หน่วยงานรัฐบาลและหน่วยงานของเอกชนดังนั้นเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจึงนับได้ว่าเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารขนาดใหญ่ที่สุดในโลกที่มีข้อมูลจำนวนมากมหาศาลให้เลือกค้นหาข้อมูลข่าวสารภายในเครือข่ายประกอบด้วยฐานข้อมูลในเกือบทุกสาขาวิชา ฐานข้อมูลห้องสมุด บทความทางวิชาการ เหตุการณ์ประจำวันและสภาพอากาศ บริการภายในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

19.1 Electronic Mail (E-Mail) เป็นบริการในการรับส่งจดหมายผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ใช้แทนการส่งจดหมายทางไปรษณีย์ โทรศัพท์ และแฟกซ์ ช่วยประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์ทางไกล

19.2 Usenet News เป็น Bulletin Board System (BBS) ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มข่าวสารกว่า 3000 หัวข้อ ให้ผู้ใช้งานสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในหัวข้อต่างๆ ที่สนใจ เช่น การเมือง วัฒนธรรม สังคม และกีฬา

19.3 Archie เป็นโปรแกรมในการสืบค้นข้อมูลซึ่งทำให้ทราบว่า ข้อมูลที่ต้องการนั้นเก็บอยู่ที่ใด

19.4 FTP (File Transfer Protocol) เป็นการขนถ่ายข้อมูลจาก แหล่งบริการสาธารณะที่เปิดให้บริการโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายใดๆ

19.5 Gopher เป็นโปรแกรมที่ช่วยในการค้นหาข้อมูลจากแหล่ง ข้อมูลข่าวสารทั่วโลก ผู้ใช้บริการสามารถเรียกใช้บริการได้อย่างสะดวกง่ายดายเพราะอยู่ใน รูปของเมนู

19.6 Telnet เป็นโปรแกรมในการขอเข้าใช้ระบบในระยะไกล (Remote Login) ที่ช่วยให้ผู้ใช้บริการสามารถ login ไปยังเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ต้องการได้ เป็นการประหยัดเวลา และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

19.7 Hytelnet เป็นโปรแกรมที่ช่วยในการค้นหาเครือข่ายที่ให้บริการในการขอเข้าใช้ระบบในระยะไกล

19.8 Talk เป็นโปรแกรมในการสนทนา ได้ตอบกันผ่านทางเครือข่ายคอมพิวเตอร์ คล้ายกับการติดต่อกันทางโทรศัพท์ ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายในการใช้ โทรศัพท์ทางไกล

โรงเรียนควรดำเนินการ School Net เพื่อส่งเสริมให้นักเรียนมีความคิด สร้างสรรค์ และควรแนะนำบิดา มารดา หรือผู้ปกครองนักเรียน เล่น internet คู่กันไป เพื่อเลือกรายการที่เป็นประโยชน์เท่านั้น

อาจจะมีความเข้าใจที่ไขว้เขว ระหว่างคำว่า การประชาสัมพันธ์กับคำอื่นที่มีความหมายใกล้เคียงบ้าง เช่น

การประชาสัมพันธ์ กับ มนุษยสัมพันธ์

20. มนุษยสัมพันธ์ (Human Relations) เป็นความสัมพันธ์ระหว่าง **บุคคล** กับ **บุคคล** แต่การประชาสัมพันธ์เป็นความสัมพันธ์ที่มีระดับสูงขึ้นไปกว่ามนุษยสัมพันธ์ อีกชั้นหนึ่ง คือ เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบัน องค์กรหรือหน่วยงานกับบุคคล และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงาน เช่น กลุ่มหรือประชาชนทั่วไป สรุปว่า การประชาสัมพันธ์เป็นความสัมพันธ์ระหว่าง **สถาบัน** กับ **สังคม** นั่นเอง

การประชาสัมพันธ์กับการโฆษณา

21 การโฆษณาสินค้า (advertising) คือการชักจูงปลูกฝังความนิยมให้ประชาชนอยากซื้อสินค้าด้วยการใช้สื่อประเภทต่างๆ เข้าข่าย ซึ่งเป็นระบบเอกวิถี (one-way process) หรือการสื่อสารแบบทางเดียว (one-way communication) บางทีเรียกว่า การโฆษณาประชาสัมพันธ์การค้า (P.R. Advertising) โดยมุ่งเฉพาะเรื่องสินค้าเท่านั้น

การประชาสัมพันธ์แตกต่างจากการโฆษณาถึงแม้ว่าจะมีลักษณะชักจูงใจเช่นเดียวกัน การโฆษณานั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อโฆษณาหรือขายวัสดุ และปรากฏในระยะเวลาอันสั้นกว่า แต่การประชาสัมพันธ์จะมีลักษณะที่ยาวนานกว่า การประชาสัมพันธ์หมายถึงสถานะการณ์ใดๆ ก็ตามที่มีการกระทำและคำพูดที่ชักจูงจิตใจประชาชน การประชาสัมพันธ์เป็นการสื่อความหมาย ขยายความคิดต่อมหาชนด้วยวัตถุประสงค์ที่พึงปรารถนา การประชาสัมพันธ์หมายถึงการหาสิ่งที่ประชาชนหรือคนอื่นชอบในตัวเรา หรือหน่วยงานเราและเราจะพยายามทำสิ่งนั้น หมายถึงการหาสาเหตุแห่งการที่ประชาชนหรือคนอื่นไม่ชอบเกี่ยวกับตัวเราเพื่อจะทำได้ทำสิ่งนั้นให้น้อยลง การประชาสัมพันธ์หมายถึง การดำเนินการเพื่อประเมินทัศนคติ วางนโยบายและวิธีการขององค์การหนึ่ง อันมีผลเกี่ยวข้องกับมหาชน ทั้งนี้เพื่อการจัดการนั้น ทำให้เกิดความเข้าใจและยอมรับจากประชาชนอย่างแท้จริง

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบการโฆษณากับการประชาสัมพันธ์

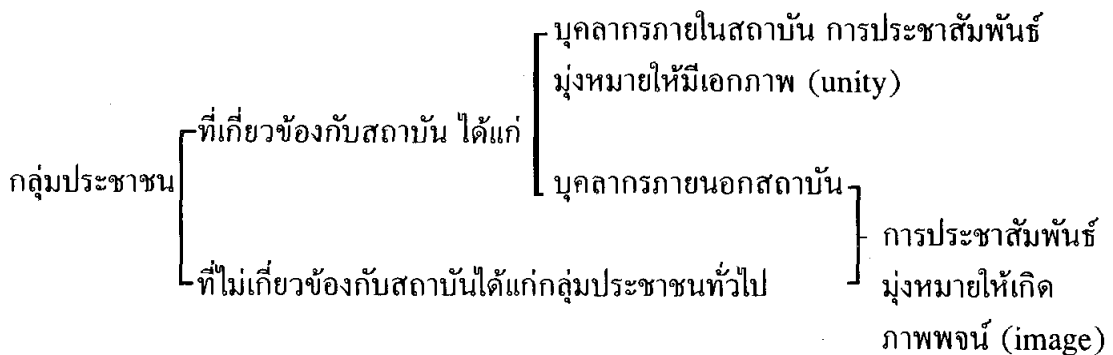
ความแตกต่างกัน	การโฆษณา	การประชาสัมพันธ์
1. ใช้เทคนิค	ซื้อเวลา, เนื้อที่ใช้วิธีการส่งตรงไปยังผู้บริโภค	มุ่งทางอ้อม วิธีการส่งจะ ส่งผ่านบรรณาธิการ, ผู้พูด, ผู้ผลิตรายการให้ผลลึกซึ้งกว่า
2. การจูงใจ	มุ่งให้ผู้บริโภคคุ้นกับชื่อ ห้อราคาและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่คุ้มกับราคา	มุ่งให้ผู้บริโภคเปลี่ยนท่าทีทัศนคติ และสร้างทัศนคติขึ้นใหม่
3. ใช้สื่อ	จำกัดเฉพาะสื่อแต่ละอย่าง	ใช้สื่อทุกอย่างตามความจำเป็น
4. การดำเนินงาน	ปฏิบัติงานด้วยตนเอง	เป็นไปในด้านอำนาจการวางแผนและให้คำแนะนำ

กิจกรรมการเรียนรู้ 4

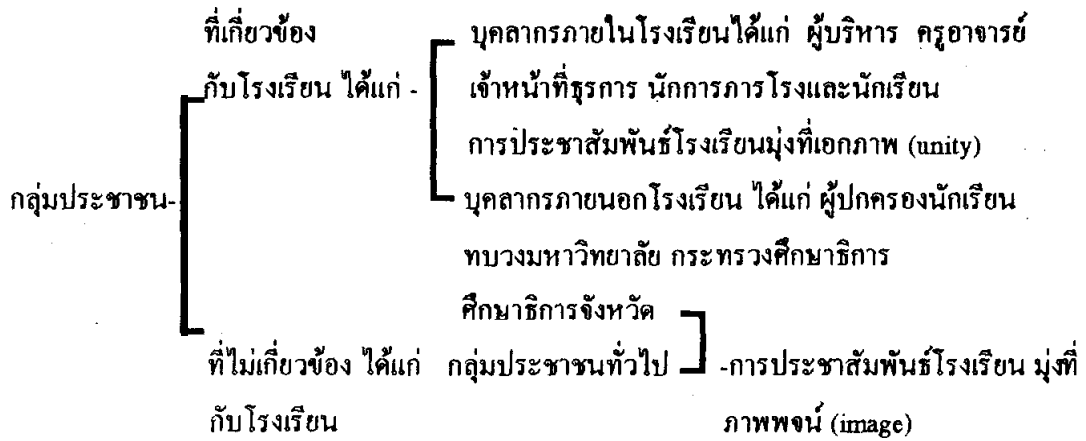
- 4.1 บอกความแตกต่างระหว่างวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ทั่วไปและการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
- 4.2 ให้เหตุผลของการที่ประชาสัมพันธ์เป็นวิชาชีพชั้นสูง
- 4.3 เขียนจรรยาบรรณของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
- 4.4 สามารถทำแบบทดสอบการประเมินผลท้ายบทของข้อการจับคู่คำศัพท์เฉพาะสาขา (technical term) ของการประชาสัมพันธ์ได้ถูกต้อง

สรุป

การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง ความสัมพันธ์ (relations) ที่ดีระหว่างกลุ่มประชาชน (public) ที่เกี่ยวข้องกับสถาบันทั้งทางตรงและทางอ้อม และกลุ่มประชาชนที่ไม่เกี่ยวข้อง เขียนเป็นแผนภูมิดังนี้



การประชาสัมพันธ์โรงเรียน (School Public Relations) หมายถึงความสัมพันธ์ของโรงเรียนกับกลุ่มประชาชน ทั้งที่เกี่ยวข้องกับโรงเรียนทางตรงและทางอ้อม และไม่เกี่ยวข้องกับโรงเรียน คณะทำงานประชาสัมพันธ์โรงเรียน ปฏิบัติตนเอง และปฏิบัติต่อผู้อื่น มีจุดมุ่งหมายเพื่อความเข้าใจ เชื่อถือ ศรัทธาและความผูกพันโดยไม่ได้มุ่งหวังผลกำไร เพียงแต่ต้องการความร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมใจ ทั้งกำลังกาย กำลังสติปัญญาและกำลังทรัพย์เขียนเป็นแผนภูมิดังนี้



มนุษย์สัมพันธ์ (Human Relations) ต่างกับการประชาสัมพันธ์ ตรงที่มนุษย์สัมพันธ์ หมายถึงความสัมพันธ์เฉพาะมนุษย์กับมนุษย์ เท่านั้น

การประชาสัมพันธ์ เป็นวิชาชีพชั้นสูง พิจารณาได้จาก ต้องมีศาสตร์ คือมีการศึกษาหาความรู้จากสถาบันการศึกษา ศึกษาค้นคว้าจากตำรา และบุคคลผู้รู้ที่เรียกว่า นักประชาสัมพันธ์มืออาชีพ มีคำศัพท์เฉพาะสาขาการประชาสัมพันธ์ใช้และต้องมี ศิลปะ ซึ่ง เป็นความสามารถเฉพาะตัวในการนำความรู้ไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ จึงจะดำเนินงานได้ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล .

การประเมินผลท้ายบทที่ 1

ตอนที่ 1 จงเลือกข้อความที่คิดว่าเหมาะสมที่สุดมาเติมในประโยคต่อไปนี้

- คือ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์
 - เป็นที่รู้จัก
 - โปร่งใส
 - มีความนิยม
 - ถูกทุกข้อ
- คือ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
 - เป็นที่รู้จัก
 - มีความเข้าใจอันดี
 - การศึกษามีความสำคัญ
 - ถูกทุกข้อ
- คือ ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์
 - ความสัมพันธ์อันดี
 - เผยแพร่ข่าว
 - ดำเนินงานอย่างราบรื่น
 - ถูกทุกข้อ
- คือ ความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ
 - เป็นที่รู้จัก
 - ยอดขายสูง
 - เป็นที่ชื่นชอบ
 - ถูกทุกข้อ
- คือ ความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน
 - รู้ความต้องการของผู้ปกครอง
 - ประชาชนศรัทธา
 - ผู้ปกครองช่วยงานโรงเรียน
 - ถูกทุกข้อ
- ทำให้การประชาสัมพันธ์เป็นวิชาชีพ
 - บริการข่าวสาร
 - เรียนในสถาบัน
 - มีสมาคม
 - ถูกทุกข้อ

ตอนที่ 2 จงทำเครื่องหมาย \checkmark หน้าข้อที่ท่านเห็นว่าถูกและทำเครื่องหมาย \times หน้าข้อที่ท่านเห็นว่าผิด

-บางครั้งนักประชาสัมพันธ์ต้องพูดเท็จ เพื่อความสบายใจของประชาชน
-one man show คือ การเสียสละในการปฏิบัติงานที่ดีของนักประชาสัมพันธ์
-นโยบายหลักของงานประชาสัมพันธ์มาจากประชาชนกลุ่มต่าง ๆ

4.นักประชาสัมพันธ์ต้องพยายามใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนมีความเข้าใจ
5.นักประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่เหมือนกระจกเงา
6.นักประชาสัมพันธ์ควรใช้การคาดคะเนเพื่อการปฏิบัติงานที่รวดเร็ว
7.นักประชาสัมพันธ์จำเป็นต้องอาศัยวิชาการสาขาต่าง ๆ ในการปฏิบัติงาน
8.งานวิจัยสาขาอื่น ๆ ก็มีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานประชาสัมพันธ์
9.ความลับไว้คือคุณสมบัติข้อหนึ่งของนักประชาสัมพันธ์
10.นักประชาสัมพันธ์ที่ดีต้องเป็นนักแสดงที่ดี

ตอนที่ 3

- | | |
|-----------------------------------|----------------------------|
| 1..... technical term | ก มนุษยสัมพันธ์ |
| 2. press interview | ข การเผยแพร่ข่าว |
| 3. propaganda | ค การให้การศึกษา |
| 4. two-way communication | ง การประชุมแถลงข่าว |
| 5. news conference | จ คำศัพท์เฉพาะสาขา |
| 6. publicity | ฉ วิสัยทัศน์ |
| 7. information | ช เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ |
| 8. education | ซ สถาบัน |
| 9. press release | ด พนักงานต้อนรับ |
| 10. professional ethics | ต การโฆษณาสินค้า |
| 11. public relations officer | ถ เครื่องข่ายคอมพิวเตอร์ |
| 12. public opinion | ท ประชาชนดี |
| 13. receptionist | ธ หน่วยติดต่อสอบถาม |
| 14. image | น ข่าวแจก |
| 15. vision | บ การสารนิเทศ |
| 16. institution | ป การสื่อสารแบบสองทาง |
| 17. enquiry | ผ จรรยาบรรณ |

18.internet

19. .I-luman Relations

20. advertising

ฝ การจัดให้สัมภาษณ์แก่สื่อมวลชน

พ การโฆษณาชวนเชื่อ

ฟ ภาพพจน์

แนวตอบบทที่ 1

แนวตอบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ 1

- 1.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์ คำตอบได้จากสรุปในหน้า 12
- 1.2 “โปรงใส” ตรงกับวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ทั้ง 3 ข้อ ในหน้า 14 - 15

แนวตอบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ 2

- 2.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน คำตอบได้จากสรุปในหน้า 16
- 2.2 Unity หรือ เอกภาพ เป็นวัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียนในการสร้างความสัมพันธ์ของบุคลากรภายในโรงเรียน ให้มีความรัก ความเข้าใจสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เข้าทำนองที่ว่า “ว่าอะไรก็ว่าตามกัน” ร่วมแรง ร่วมใจกันทำงานเพื่อโรงเรียนอันเป็นที่ทำมาหากินของทุกคน
- 2.3 Image หรือ ภาพพจน์ ภาพลักษณ์ คือ วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน ในการสร้างความสัมพันธ์กับบุคลากรภายนอก เช่น ผู้ปกครองนักเรียนหรือบุคคลภายนอกทั่วไปให้รู้ถึงความเคลื่อนไหวของโรงเรียน เช่น ครูอาจารย์รักใคร่กลมเกลียวกัน มีวิธีการสอนที่ดี จนทำให้นักเรียนมีความสามารถ ทั้งด้านการเรียน มารยาท กีฬา ดนตรี คุรียา่งค์ และงานศิลปะต่าง ๆ นักเรียนสามารถสร้างชื่อเสียง เกียรติคุณจนเป็นที่เลื่องลือ ผู้ปกครองหรือบุคคลภายนอกทั่วไปปรารถนาที่จะนำบุตรหลานเข้ามาเรียน

แนวตอบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ 3

- 3.1 ปรัชญาของการประชาสัมพันธ์ คำตอบได้จากหน้า 20
- 3.2 หน้าที่ของการประชาสัมพันธ์ คำตอบได้จากหน้า 22 - 23

แนวตอบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ 4

4.1 วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์ทั่วไปแตกต่างกับการประชาสัมพันธ์โรงเรียนดังนี้

พิจารณาจาก	การประชาสัมพันธ์ทั่วไป	การประชาสัมพันธ์โรงเรียน
กลุ่มเป้าหมาย	จำนวนมาก ประชาชนทั่วไป	จำนวนน้อย ผู้ปกครอง ชุมชนที่โรงเรียนตั้งอยู่
วัตถุประสงค์	ภาพพจน์ที่ดีระหว่าง สถาบันกับ ประชาชนทั่วไป	ความเข้าใจอันดีระหว่าง บุคลากรภายในโรงเรียน กับ ผู้ปกครอง และชุมชน

4.2 การประชาสัมพันธ์เป็นวิชาชีพชั้นสูง คำตอบได้จากหน้า 33

4.3 จรรยาบรรณของการประชาสัมพันธ์โรงเรียน คำตอบได้จากหน้า 41

4.4 ทำแบบทดสอบการประเมินผลท้ายบท ในตอนที่ 3 และตรวจสอบคำตอบ

เฉลยการประเมินผลท้ายบทที่ 1

ตอนที่ 1 เติมข้อความ

- ค. มีความนิยม
- ข. มีความเข้าใจอันดี
- ง.
- ข. ยอดขายสูง
- ข. ประชาชนศรัทธา
- ง.

ตอนที่ 2 ถูก - ผิด

- ผิด (เพราะต้องพูดความจริง)
- ผิด (เพราะต้องทำงานเป็นทีม)
- ถูก
- ถูก
- ถูก
- ผิด (เพราะมีการวางแผนที่ดีและปฏิบัติงานตามแผน)

7. ถูก

9. ถูก

8. ถูก

10. ผิด (เพราะต้องไม่ตอบตาประชาชน)

ตอนที่ 3 จับคู่

1. จ

3. พ

5. ง

7. บ

9. น

11. ช

13. ค

15. ฉ

17. ฐ

19. ก

2. ผ

4. ป

6. ข

8. ถ

10. ฬ

12. ท

14. ฟ

16. ซ

18. ฌ

20. ฑ